

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI KUE HD CAKE KOTA BANJARBARU

Herlin Haryanti¹, Lamsah², Ervica Zamilah³

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari
Email: herlinami1107@gmail.com

ABSTRAK

Pada dasarnya, perusahaan, didirikan tujuannya, untuk mencari laba, dan mempertahankan kelangsungan hidup, perusahaan. Dalam memasarkan produknya setiap perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Faktor-faktor penting yang harus diperhatikan adalah : produk, harga, promosi dan distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran terhadap volume penjualan pada home industri kue HD Cake Kota Banjarbaru. Berdasarkan data hasil penjualan produk pada home industri kue HD Cake Kota Banjarbaru pada bulan Desember 2019 mengalami peningkatan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil penjualan pada bulan Desember sebesar 6.064.500 sedangkan pada bulan November sebesar 4.250.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis strategi pemasaran pada home industri kue HD Cake kota Banjarbaru dapat dikatakan berhasil.

Kata Kunci: Pemasaran, Volume Penjualan

ABSTRACT

Basically, the company was founded with the aim of seeking profit and maintaining the survival of the company. In marketing its products, every company needs the right marketing strategy to achieve these goals. Important factors that must be considered are: product, price, promotion and distribution. This study aims to analyze the marketing strategy of sales volume in the HD Cake home industry in Banjarbaru City. Based on data from sales of products in the HD Cake cake home industry Banjarbaru City in December 2019 has increased. This is proven based on the results of sales in December amounted to 6,064,500 while in November amounted to 4,250,000. Thus it can be concluded that the analysis of marketing strategies in the HD Cake home industry Banjarbaru City can be said to be successful.

Keywords: Marketing, Sales Volume

PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam. Dengan semakin majunya teknologi pada era globalisasi ini, setiap perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran dengan tujuan memaksimalkan keuntungan-keuntungan sesuai target yang diinginkan. Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah merambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara usaha kecil hingga besar terus meningkat. Usaha yang bergerak dalam dunia kuliner juga tidak lepas dari persaingan tersebut, dimana penjual dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnis usaha pemasarannya agar konsumen tetap bertahan, juga untuk menjamin usaha yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan manajemen yang efektif dan efisien. Setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi-strategi yang khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. Strategi pemasaran tersebut adalah Strategi tentang Marketing Mix yaitu Price (harga), Product (produk), Promotion (promosi), dan Places (distribusi). Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, dimana dengan pemasaran yang tepat menentukan volume penjualan dan posisi perusahaan (produk) di pasar.

Dengan adanya strategi pemasaran ini dapat meningkatkan penjualan-penjualannya dan mengetahui seberapa besar pangsa pasarnya. Selain itu, dapat juga mengetahui kebutuhan konsumen berdasarkan segmen yang ada. Citra yang baik serta kepercayaan terhadap suatu produk akan membuat konsumen terpicu untuk mengadakan pembelian ulang dan konsumen tidak akan beralih pada produk lain yang juga menawarkan produk yang sejenis. Hal ini akan mempermudah penentuan kebijaksanaan pemasaran yang tepat, sejalan dengan berkembangnya teknologi pada saat ini.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat kualitatif yaitu penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Pada metode penelitian ini, peneliti menggunakan perspektif dari partisipan sebagai gambaran yang diutamakan dalam memperoleh hasil penelitian. Metode penelitian yang digunakan di antaranya yaitu:

1. Metode Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke Home Industri kue HD Cake Banjarbaru.

2. Metode Wawancara

Yaitu metode atau cara pengumpulan data dengan tanya jawab langsung pada pemilik Home Industri Kue HD Cake Banjarbaru yang berhubungan dengan proses penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat kualitatif yaitu penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Pada metode penelitian ini, peneliti menggunakan perspektif dari partisipan sebagai gambaran yang diutamakan dalam memperoleh hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Penelitian

Untuk memperoleh informasi tentang strategi pemasaran peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik home industri kue HD Cake Banjarbaru. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh informasi tentang strategi pemasaran. Home industri kue HD Cake Banjarbaru selain menggunakan sosial media seperti Facebook dan Instagram, home industri kue HD Cake juga menggunakan metode *mouth to mouth* untuk mempromosikan produk yang ada. Home industri kue HD Cake juga ikut berpartisipasi dalam beberapa kegiatan atau acara disekitar home industri contohnya seperti Maulid Nabi, buka puasa bersama, pernikahan, dan lain-lain sebagai ajang untuk mempromosikan kepada masyarakat dalam jumlah yang lebih besar. Sedangkan untuk volume penjualan peneliti memperoleh informasi bahwa home industri kue HD Cake dapat mengalami peningkatan penjualan dan penurunan penjualan walaupun tidak terlalu signifikan.

Lebih lanjut peneliti juga memperoleh informasi tentang strategi pemasaran pada home industri kue HD Cake Banjarbaru dengan memberikan diskon bagi customer yang membeli lebih dari satu kue sekaligus dan mengadakan *giveaway* setiap 4 bulan sekali dengan hadiah potongan harga kue senilai Rp 15.000 untuk berbagai jenis kue bagi pemenang. Hal ini dilakukan untuk menarik konsumen agar membeli kue-kue yang dijual oleh home industri kue HD Cake Banjarbaru. Strategi ini sudah dipikirkan secara matang-matang sehingga tidak ada yang merasa dirugikan dan penjualan diharapkan dapat mengalami peningkatan untuk menunjang pendapatan.

Menurut Herlin Haryanti pemilik sekaligus pemimpin home industri kue HD Cake bentuk-bentuk promosi yang diterapkan untuk meningkatkan intensitas penjualan meliputi:

1. Diskon

Layanan diskon ini berlaku apabila customer yang membeli lebih dari satu kue sekaligus dan bagi pembeli yang sudah berlangganan cukup lama juga akan diberikan diskon.

2. Giveaway

Layanan ini diberikan kepada setiap customer yang namanya terdapat di dalam catatan pesanan maka akan masuk dalam undian yang akan diadakan setiap 4 bulan sekali dan mendapatkan kupon potongan harga senilai Rp 15.000.

3. Sosial media

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik home industri kue HD Cake Banjarbaru memperoleh informasi tentang bentuk-bentuk promosi yang dilakukan seperti yang sudah terulis di atas.

Home industri kue HD Cake menetapkan diskon kepada customer yang melakukan pembelian dalam jumlah banyak, hal ini dilakukan supaya menarik minat konsumen. Home industri kue HD Cake juga menetapkan *giveaway* kepada customer yang melakukan pembelian di home industri kue HD Cake Banjarbaru yang akan diundi setiap 4 bulan sekali hal ini merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen sehingga konsumen datang lagi untuk membeli produk yang dihasilkan

home industri kue HD Cake Banjarbaru. Selain itu sosial media juga menjadi alat untuk melakukan promosi dengan skala yang cukup besar karena di era modern ini banyak masyarakat yang lebih sering berbelanja melalui online ketimbang datang langsung ketempat. (wawancara pada bulan Desember 2019). Berikut ini adalah data penjualan pada Home Industri Kue HD Cake Banjarbaru dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Table 1
Data Penjualan Home Industri kue HD Cake Banjarbaru Bulan Desember 2019

Tanggal	Item	Debit (Rp)	Kredit (Rp)	Saldo (Rp)
	Saldo bulan November 2019	4.250.000		4.250.000
01/12/19	Kue ulang tahun fondant 18cm (2)	240.000		4.490.000
01/12/19	Kue ulang tahun coklat 22 cm	90.000		4.580.000
01/12/19	Kue bolu jadul (5)	250.000		4.830.000
01/12/19	Kue ulang tahun karakter 26 cm	150.000		4.980.000
03/12/19	Kue ulang tahun karakter 22 cm (3)	360.000		5.340.000
03/12/19	Kue ulang tahun coklat 18 cm	75.000		5.415.000
03/12/19	Kue ulang tahun coklat 20 cm (3)	255.000		5.670.000
03/12/19	Kue bolu pandan meses (4)	220.000		5.890.000
04/12/19	Kue bolu pisang (3)	150.000		6.040.000
04/12/19	Kue bolu coklat (5)	250.000		6.290.000
04/12/19	Kue ulang tahun karakter 18 cm	75.000		6.365.000
04/12/19	Kue ulang tahun coklat leleh 18 cm	95.000		6.460.000
05/12/19	Kue ulang tahun karakter 26 cm	150.000		6.610.000
05/12/19	Kue bolu pandan meses (4)	220.000		6.830.000
05/12/19	Lapis Surabaya (2)	140.000		6.970.000
05/12/19	Kue bolu pisang (2)	100.000		7.070.000
06/12/19	Kue bolu jadul meses (5)	250.000		7.320.000
06/12/19	Kue bolu pisang (2)	100.000		7.420.000
07/12/19	Kue ulang tahun karakter 18 cm	75.000		7.495.000
07/12/19	Kue ulang tahun karakter 24 cm (3)	390.000		7.885.000
08/12/19	Bolu jadul meses	55.000		7.940.000
08/12/19	Lapis Surabaya (3)	210.000		8.150.000
10/12/19	Kue ulang tahun coklat (4)	300.000		8.450.000
10/12/19	Kue bolu pisang	50.000		8.500.000
10/12/19	Kue bolu jadul (2)	100.000		8.600.000
12/12/19	Kue ulang tahun coklat 18 cm	150.000		8.750.000

10/12/19	Kue bolu pisang	50.000		8.500.000
10/12/19	Kue bolu jadul (2)	100.000		8.600.000
12/12/19	Kue ulang tahun coklat 18 cm	150.000		8.750.000
12/12/19	Kue ulang tahun rainbow 22 cm (2)	300.000		9.050.000
12/12/19	Lapis Surabaya	70.000		9.120.000
14/12/19	Kue ulang tahun karakter 20 cm	85.000		9.205.000
14/12/19	Kue ulang tahun karakter 24 cm	130.000		9.335.000
14/12/19	Lapis Surabaya (4)	280.000		9.615.000
18/12/19	Kue bolu jadul (5)	250.000		9.865.000
18/12/19	Kue bolu coklat (3)	150.000		10.015.000
18/12/19	Kue ulang tahun keju 20 cm	130.000		10.145.000
20/12/19	Kue ulang tahun karakter 18 cm	75.000		10.220.000
20/12/19	Kue ulang tahun coklat 18 cm (3)	225.000		10.445.000
21/12/19	Kue ulang tahun coklat 20 cm (3)	255.000		10.700.000
21/12/19	Kue bolu coklat	50.000		10.750.000
21/12/19	Kue bolu pandan	50.000		10.800.000
22/12/19	Kue ulang tahun rainbow 22 cm	150.000		10.950.000
22/12/19	Kue ulang tahun coklat 26 cm (2)	260.000		11.210.000
22/12/19	Kue ulang tahun keju coklat 18 cm	90.000		11.300.000
23/12/19	Kue ulang tahun coklat putih 18 cm (2)	160.000		11.460.000
23/12/19	Kue ulang tahun karakter 22 cm	135.000		11.595.000
23/12/19	Bolu pisang (2)	100.000		11.695.000
24/12/19	Kue ulang tahun coklat pink 20 cm	85.000		11.780.000
24/12/19	Kue bolu jadul (6)	300.000		12.080.000
24/12/19	Kue ulang tahun coklat 26 cm	130.000		12.210.000
28/12/19	Kue ulang tahun karakter 26 cm (4)	600.000		12.810.000
28/12/19	Kue bolu pandan meses	55.000		12.865.000
29/12/19	Kue ulang tahun karakter 20 cm (2)	220.000		13.085.000
29/12/19	Kue ulang tahun tingkat 2 karakter	240.000		12.325.000
30/12/19	Kue ulang tahun coklat pink 20 cm	85.000		13.410.000
30/12/19	Kue ulang tahun karakter 24 cm	135.000		13.545.000
30/12/19	kue bolu pisang (3)	150.000		13.695.000
30/12/19	Lapis Surabaya	70.000		13.765.000
30/12/19	Belanja bahan kue		3.450.500	8.314.500
	Jumlah saldo			6.064.500

Sumber: Dokumen Kas Harian Home Industri Kue HD Cake Bulan Desember 2019

Berdasarkan data hasil penjualan barang-barang di home industri HD Cake Banjarbaru pada bulan Desember 2019 mengalami peningkatan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil penjualan pada bulan November sebesar Rp. 4.250.000, sedangkan penjualan pada bulan Desember mencapai angka sebesar Rp. 6.064.500.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, bahwa volume penjualan pada home industri HD Cake Banjarbaru pada bulan Desember 2019 mengalami peningkatan. Hal ini terbukti berdasarkan hasil penjualan pada bulan Desember sebesar 6.064.500. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis strategi pemasaran pada home industri kue HD Cake Banjarbaru dapat dikatakan berhasil.

2. **Saran**

Dengan melihat kesimpulan yang ditarik peneliti menyarankan kepada home industri kue HD Cake Banjarbaru agar dapat mempertahankan maupun meningkatkan penjualan melalui harga dan promosi. Home industri kue HD Cake Banjarbaru diharapkan dapat menyesuaikan dengan kondisi masyarakat saat ini dalam menetapkan harga agar penjualannya semakin meningkat lagi dan diharapkan semakin sering lagi melakukan kegiatan promosi agar dapat lebih mudah di ketahui oleh masyarakat sehingga penjualan dapat semakin meningkat.

REFERENSI

Ermawati, Reni. (2005) *Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Roti “Tiga Berlian” di Semanggi Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Surakarta. Dikutip pada tanggal 12 Mei 2020

Erwan Agus Purwanto dan Ratih Sulistyastuti Dyah. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Gava Media, Yogyakarta

Lamb, Hair dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran*. Penerjemah oleh David Octarevia, Buku I, Salemba Empat, Jakarta.

Rokhani. 2013. *Analisis Kebijakan Promosi Dalam usaha Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan Toko bangunan Aridho Banjarmasin, Universitas Islam Kalimantan (Uniska) Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin*. Skripsi. Banjarmasin

Schiffan.(2005).*VolumePenjualan*. Jakarta:Rineka Cipta

Sucahyo Adi, Setiawan. (2014) *Analisis Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Olahraga Sport Smart FIK UNY*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. Dikutip pada tanggal 12 Mei 2020